

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية  
Naif Arab University For Security Sciences



# تغيير الراي العام و علاقته بالاتجاه نحو الجريمة

" خلاصة واستنتاجات "

الدكتور : عبدالحميد صفوت

الرياض

1407 هـ - 1987 م

# الفصل الخامس

## خلاصة واستنتاجات

كانت مشكلة الدراسة تدور حول الكيفية التي يمكن بها تغيير الاتجاهات الفردية نحو الجريمة من خلال التأثير على الرأي العام ومحاولة دفعه لاتخاذ موقف اكثر مواجهة ضد الجريمة.

ومن اجل تحقيق هدف الدراسة تم تحديد ثلاثة من التساؤلات العامة والتي افترضت الدراسة اربعة فروض كإجابات محتملة على هذه التساؤلات.

وبعد اعداد مقاييسين احدهما لقياس الاتجاهات نحو خمس جرائم، والآخر لقياس الرأي العام حول هذه الجرائم الخمس، تم اختيار ثلاث دول عربية تمثل كل منها قطاعا جغرافيا، حيث كانت دولة الكويت ممثلة للقطاع الشرقي من العالم العربي، وجمهورية مصر العربية ممثلة للقطاع الأوسط، بينما كانت المملكة المغربية ممثلة للقطاع الغربي من هذا العالم.

وفي داخل كل دولة تم اجراء جزء من هذه الدراسة مع اجراء التعديلات اللازمة في صياغة المقاييس التي تم اعدادها

ولقد وضعت لجنة الدراسة تصورا لمجتمع افتراضي تمثل الدول التي تم اجراء الدراسة فيها كافة أقطار العالم العربي وفي داخل كل دولة قامت اللجنة بتحديد اربعة متغيرات ديموجرافية تم على اساسها اختيار الافراد المشتركين في الدراسة والذين بلغ عددهم الاجمالي ٩١٠ مفحوصا يتوزعون على البلدان الثلاثة وعلى ضوء المرحلة المسحية الأولى تم تحديد اكثر الأفراد تطرفا في الدرجة على مقاييس الاتجاهات نحو الجرائم الخمس، وقد بلغ عدد من تطوع لاجراء التجربة في الاقطار الثلاثة ١٥٩ شخصا.

\* - قام بكتابة هذا الفصل الدكتور عبد الحميد صفوت

- وقد تم الاجراء التجريبي لتغيير الرأي العام بثلاث طرق هي :  
( المحاضرة - المناقشة ، ولعب الأدوار ) ، واشترك عدد من المساعدين  
الذين قاموا بدور المعاونة وتشجيع الجماعة على تغيير الرأي العام  
السائد فيها في اتجاه مضاد للجريمة .

- وأعقب ذلك قياس بعدي للاتجاهات نحو الجريمة .  
وقد اتخذت الدراسة في الفصل الرابع طابعا مرحليا ، حيث  
عرضت مراحل اجراء الدراسات في كل دولة من الدول الثلاث ، ثم  
عرضت النتائج الاجمالية باعتبار أن هذه المراحل تشكل في مجموعها  
دراسة واحدة تستهدف تعميم نتائجها - في حدود ماسبق ذكره في  
محددات الدراسة - على العالم العربي ، وسيتم التركيز في هذا الفصل  
على النتائج العامة للدراسة ، ويمكن للقارئ اذا اراد مزيدا من  
التفصيل ان يرجع الى الجداول الخاصة بكل دولة على حده . ويهدف  
هذا الفصل الى تحديد الاستنتاجات العامة من الدراسة وذلك على  
النحو التالي :-

أولا : فحص فروض الدراسة لتحديد مدى صحتها .

ثانيا : الاستنتاجات العامة للدراسة بخصوص المشكلة

الرئيسية .

أولا : مدى تحقيق فروض الدراسة :

١ - الفرض الأول في هذه الدراسة كان كما يلي :

ترتبط درجة الرأي العام نحو الجرائم بدرجة الأفراد في الاتجاه

نحو نفس الجرائم .

ولقد ثبتت صحة هذا الفرض ، حيث اشارت النتائج العامة

للدراسة الى ان الارتباط موجب ودال احصائيا بين كل من الاتجاهات

والرأي العام نحو جميع الجرائم عدا واحدة فقط هي المضاربة<sup>(١)</sup> .

---

١ - انظر الجدول رقم ٣٧

ولقد ثبتت صحة هذا الفرض - فيما عدا جريمة واحدة - ويعني ثبوته اجابة على تساؤل هام من تساؤلات الدراسة، بقدر ما يعني انه نقطة انطلاق الى استكمال تحقيق باقي فروض هذه الدراسة.

## ٢ - الفرض الثاني في هذه الدراسة كان كما يلي -

«يرتبط تغيير الرأي العام نحو الجرائم بتغير مماثل في اتجاهات الأفراد نحو نفس الجرائم».

ولقد ثبتت صحة هذا الفرض من خلال اجراء تجريبي تم فيه تغيير الرأي العام في اتجاه مضاد للجريمة في موقف جماعي، ونتج عن ذلك اختلاف دال احصائيا بين القياسين القبلي والبعدي للاتجاهات نحو الجرائم<sup>(١)</sup>.

ويعني ثبوت صحة الفرضين الأول والثاني تحقيقا مباشرا ومتكاملا للهدف من الدراسة وهو حول امكانية تغيير الاتجاهات من خلال تغيير الرأي العام، كما يعني ايضا الاتفاق بين نتائج هذه الدراسة وبين نتائج الدراسات السابقة في موضوع تغيير الاتجاهات الفردية عن طريق تغيير الرأي العام.

ويفتح لنا تحقيق هذين الفرضين والتأكد من صحتها في ثلاث دول تمثل العالم العربي، امكانيات كبيرة في مكافحة الجريمة عن طريق التخفيف من هذه الاتجاهات نحو الجريمة من خلال التأثير في الرأي العام وتعديل وجهته كي تصبح مضادة للجريمة.

## ٣ - الفرض الثالث في الدراسة كان كما يلي :-

«يوجد ميل عام نحو الجريمة لدى الأفراد يؤدي بمقتربها الى تغير مماثل في باقي الاتجاهات نحو الجريمة اذا تم تغيير واحد منها».

وقد تم التحقق من صحة هذا الفرض على مرحلتين، في المرحلة المسحية ثبت ان الارتباط بين الدرجة في كل اتجاه والدرجة على باقي

١ - انظر الجدول رقم ٤١

الاتجاهات موجبة ودالة احصائياً<sup>(١)</sup>، بالإضافة الى ان التحليل العاملي قد اظهر وجود عامل واحد فقط يربط بين هذه الجرائم مما يؤكد وجود هذا الميل العام<sup>(٢)</sup>.

اما في المرحلة التجريبية فقد اوضحت مصفوفة معاملات الارتباط<sup>(٣)</sup> وجود ارتباط موجب ودال احصائياً على درجة التغير بين الاتجاه نحو كل جريمة، ودرجة التغير في باقي الجرائم الأخرى. ويعني ثبوت صحة هذا الفرض انجازاً علمياً جديداً ذا طابع عملي واضح، فثبوت ان الاتجاهات نحو الجريمة تتساند فيما بينها داخل الشخص لتصنع منه منظومة للرغبات المضادة للمجتمع؛ أما أن يشبع واحدة منها باقتراف جريمة حتى يظهر له الشوق لاشباع باقي الرغبات الاجرامية، يعني ذلك ان اسلوب مواجهة الجريمة يجب ان يتحدد وفق عنصرين:

**العنصر الأول:** هو محاولة علاج الأصل في تكوين هذه الاتجاهات المضادة للمجتمع قبل الشروع في علاجه من جريمة بعينها.

**العنصر الثاني:** عند الاضطرار لتحديد جريمة معينة ينبغي مقاومتها كأساس لتغيير باقي الجرائم، فمن المستحسن التركيز على الجرائم التي ثبت انها الأساس في تكوين الاتجاهات نحو باقي الجرائم وبالرجوع الى الجدول رقم (٤٠) يتضح لنا ان جرميتي السرقة والمضاربة هما أعلى الجرائم في تشبعهما بهذا الميل العام نحو الجريمة، حيث يكون من المتوقع ان تنخفض حدة الاتجاهات نحو باقي الجرائم اذا تركزت الجهود في محاربة هاتين الجريمتين.

---

١ - انظر الجدول رقم ٣٩

٢ - انظر الجدول رقم ٤٠

٣ - انظر الجدول رقم ٤٢

وقد يكون من الضروري ان نفسر لماذا جاءت جريمتا السرقة والمضاربة في أعلى ترتيب الجرائم من حيث تشعبها بالميل الاجرامي العام.

يبدو لنا ان مايربط بين السرقة والمضاربة هي جرائم من نوع تظهر فيه سمة الاعتداء على كرامة الغير أو ممتلكاته - ويبدو ان امتلاك الشخص لهذه الرغبة في الاعتداء، يفتح امامه الطريق سهلا لاقتراف باقي الجرائم التي تقل فيها دائرة الضرر المباشر ويدور الحوار حول ضررها غير المباشر على المجتمع ومنظماته.

بمعنى آخر، ان من تتكون لديه الرغبة في الاعتداء المباشر والواضح على الآخرين، يكون أكثر استعداداً من غيره لاقتراف جرائم لا يتضح فيها هذا الاعتداء بصورة مباشرة.

ثانياً: نتائج اضافية حول بعض المتغيرات الديموجرافية:

يمكن تلخيص نتائج هذه الدراسة فيما يتعلق بتأثير المتغيرات الديموجرافية على النحو التالي:

١ - فيما يتعلق بعلاقة المهنة (عمال - طلاب - موظفين) بالاتجاه نحو الجريمة :-

- اتضح ان اختلاف الافراد في المهنة التي يعملون بها يؤدي الى اختلاف في الدرجة على الاتجاه نحو الجريمة، وقد كان اساس الاختلاف في فئة العمال الذين زاد متوسط درجاتهم بصورة دالة احصائياً على غيرها من فئات الوظيفة.

- كان للمهنة أثر على التغير في الاتجاه نحو جريمتي المضاربة والسرقة، وقد كانت وظيفة طالب اساس التباين فيما يتعلق بانخفاض متوسط درجة التغير عن غيرها من المهن

٢ - فيما يتعلق بعلاقة العمر بالاتجاه نحو الجريمة:

- اتضح ان اختلاف الافراد في العمر يؤدي الى اختلاف اتجاهاتهم نحو جرائم المضاربة - السرقة - الرشوة، في حين لم يكن لاختلاف العمر تأثير على الدرجة في الاتجاه نحو المسكرات والاخلاقية، وقد تركز اساس التباين في فئتي العمر ١٧ لأقل من ٢٣، ٤١ فأكثر، حيث كان متوسط درجة الأفراد في الفئة الأولى أكبر من باقي المتوسطات بصورة دالة احصائيا، وكانت متوسط درجة الأفراد في الفئة الأخيرة أقل من دونها من الفئات بصورة دالة احصائيا كما اوضحت ذلك نتائج المقارنات الزوجية باستخدام اختبار (ت).

- وفيما يتعلق بالتغير في الاتجاه بعد الاجراء التجريبي، اتضح ان اختلاف العمر يؤثر في اختلاف درجة التغير لدى الأفراد في الاتجاهات الخمسة موضع الدراسة.

وقد تركز التباين في فئتي العمر ١٧ - لأقل من ٢٣، ٤١ فأكثر لدى المقارنات الزوجية باستخدام اختبار (ت).

٣ - فيما يتعلق بعلاقة أصل النشأة بالاتجاهات نحو الجريمة:

- اتضح ان اختلاف الأفراد في اصل النشأة يؤدي لاختلاف درجاتهم في كافة الاتجاهات نحو الجريمة عدا الرشوة، وقد كان اساس الاختلاف في فئة الأفراد الناشئين في المدن الكبيرة، حيث زاد متوسط درجة الاتجاه نحو الجريمة لديهم عن غيرهم من ذوي الأصول المختلفة.

- وفيما يتعلق بتأثير اصل النشأة على تغير اتجاهات الأفراد نتيجة للاجراء التجريبي، اتضح ان اصل النشأة يؤثر في اختلاف درجة التغير في الاتجاهات لدى الأفراد، وكانت فئة الناشئين في القرية اكثرها تباينا في اتجاه زيادة متوسط درجة التغير في اتجاهاتها عن غيرها من الفئات.

٤ - فيما يتعلق بعلاقة نوع التعليم بالاتجاه نحو الجريمة:  
- كان لاختلاف الأفراد حسب نوع التعليم اثر في اختلاف درجة  
اتجاههم نحو الجريمة، وقد كان اساس التباين في فئة (التخصصات  
الأخرى) والتي تضم التخصصات غير العلمية أو الادبية  
- وقد كانت نفس الفئة هي اساس التباين فيما يتعلق بتأثيرها على تغير  
اتجاهات الأفراد نحو الجريمة بعد الاجراء التجريبي.

ان ما يمكننا التوصل اليه من استعراض علاقة المتغيرات  
الديموجرافية بالاتجاه نحو الجريمة وبتغيير هذا الاتجاه هو وجوب  
مراعاة مثل هذه الفروق الديموجرافية بين المواطنين بحيث يتم التركيز  
على الفئات التي توصلت الدراسة الى انها اكثر تمسكا بالاتجاهات  
المتطرفة نحو الجريمة، أو أقلها قابلية لتغيير هذه الاتجاهات، ومثال  
ذلك تركيز الحملات الاعلامية الموجهة ضد الاتجاهات الاجرامية  
بحيث تخاطب فئة العمال، وفئة العمر ١٧ - لأقل من ٢٣ عاما،  
وكذلك التي تخاطب الناشئين في المدينة، وذوي التخصصات  
(أخرى)، وذلك مما ستعرض له تفصيلا في الفصل السادس.





## الفصل السادس

### خطة اعلامية لمواجهة الجريمة في العالم العربي

لقد أوضح بحث العلاقة بين الرأي العام لجماعة معينة وبين الاتجاهات الفردية لأعضائها ما يلي من نتائج رئيسية والتي نرى ان تلخيصها لازم للاعتماد عليه في تخطيط الخطة الاعلامية لمواجهة الجريمة:

أولاً: الدلالات الدعائية والاعلامية لنتائج الدراسة:

لقد تبين من الدراسة:

١ - انه توجد علاقة موجبة بين الرأي العام والاتجاهات الفردية نحو الجريمة، وقد كانت هذه العلاقة دالة احصائيا عند دراستها في الجرائم الخمس موضع الدراسة.

ويعني ذلك ان الاتجاهات الفردية يمكن تغييرها عن طريق تغيير الرأي العام في الجماعة التي ينتمي اليها اصحاب هذه الاتجاهات نحو الجريمة. وتؤيد هذه النتائج صدق الافتراض العام في هذه الدراسة كما تفتح المجال امام امكانية التأثير على الاتجاهات الفردية من خلال التأثير على الرأي العام.

٢ - أظهرت النتائج ان هناك ميلا عاما نحو الجريمة، حيث أظهر التحليل العاملي لدرجات الأفراد على الاتجاهات نحو الجرائم الخمس ان هذه الدرجات تكون روابط قوية مع العامل الافتراضي العام وقد اسمي البعد الناتج عن هذا التحليل الميل نحو الجريمة.

---

\* قام بكتابة هذا الفصل الدكتور حسين باشا والأستاذ أسامة السباعي

ويعني ذلك ان الافراد ذوي الميل العام للجريمة اذا أقبلوا على اقتراف جريمة معينة يكونون على استعداد لارتكاب جريمة أو اكثر من باقي الجرائم الخمس .  
كما يعني ذلك ايضا ان التغيير في جريمة معينة يؤدي الى تغير في قوة هذا العامل العام نحو الجريمة وبالتالي يؤدي الى التغيير في الاتجاهات نحو باقي الجرائم الخمس .

ويؤدي ذلك بنا الى استنتاج ان احداث تغير في احد الاتجاهات نحو الجريمة - سواء كان التغير سالبا أو موجبا - يمكن ان يفتح المجال لتغيرات مشابهة في الاتجاهات نحو باقي الجرائم

٣ - بينت النتائج انه على وجه العموم توجد علاقة بين خلفية الشخص (Background) وبين اتجاهاته نحو الجريمة، فلقد وجد ان للمهنة علاقة ذات دلالة بالاتجاهات نحو المسكرات .  
كذلك كان للمهنة اثر على الاتجاهات نحو المضاربة وان لم يصل هذا التأثير الى مستوى الدلالة الاحصائية . ولقد بينت المقارنات الثنائية باستخدام مقياس (t. test) ان فئة العمال كانت اساس التباين في هذا التأثير .

ولقد وجد أيضا ارتباط بين الاتجاه نحو الجريمة وبين العمر فيما يتعلق بالسرقة غير ان هذه العلاقة لم تصل الى مستوى الدلالة الاحصائية، حيث لم تتجاوز ٨٪، وقد تركزت هذه الفروق في فئة العمر ٤٠ عاماً فأكثر .

وبالمثل وجدت الدراسة ان مكان النشأة ذو تأثير دال احصائيا على اتجاهات الشخص نحو جريمة المضاربة، كما اشار البحث الى أن الفروق تركزت في فئة الأفراد ذوي النشأة الريفية، ولقد كانت العلاقة بين هذا المتغير وبين الاتجاهات نحو جرميتي المسكرات والسرقة دون مستوى الدلالة الاحصائية .

ومن هذه النتائج يمكن استنتاج انه بالامكان التأثير على الاتجاهات نحو الجريمة من خلال التأثير على الرأي العام، كما انه من المفيد ان نراعي اختلاف الناس في خلفياتهم الاجتماعية كالمهنة والعمر ومكان النشأة في عملية التغيير المطلوبة.

وكذلك يجب تركيز الاهتمام على الفئات العمالية وكذلك الفئات الريفية وعلى فئات الأعمار اربعين عاما وأكثر اثناء عملية تغيير اتجاهاتهم .

وتؤدي بنا النتائج السابقة لهذه الدراسة الى مايلى من تطبيقات:

١ - لكي نقاوم الجريمة في الوطن العربي، يجب ان نؤثر في الرأي العام بالوسائل الملائمة ويعني ذلك ان التغيير العام في الرأي يجب تنفيذه بطريقة تحث المواطنين على النظر الى الجريمة باعتبارها سلوكا سلبيا وغير مقبول.

ان الطريقة التي حددناها الآن تقوم على نتائج الدراسة التي سبق ان توصلنا اليها، والقائلة بان خلق رأي عام مضاد للجريمة يؤدي الى تعديل الاتجاهات بين افراد المجتمع نحو الجريمة بحيث تتماشى مع ما يسود الرأي العام لهذا المجتمع.

٢ - ان الحملة الموجهة ضد الجريمة يجب ان تسعى بشكل مباشر الى تغيير اتجاهات المواطنين نحو الجريمة الى جانب سعيها الى التأثير في الرأي العام.

ويقوم هذا الرأي على حقيقة ان الارتباط بين الرأي العام واتجاهات الأفراد نحو الجريمة لم يكن دالا احصائيا في بعض الجرائم الخمس حسبما كشفت الدراسة الحالية، حتى ولو كان الاتجاه العام للنتائج في اتجاه تأكيد هذه العلاقة، فان ظهور النتائج على هذا النحو يشير الى الحاجة للتأثير في اتجاهات الأفراد بصرف النظر عن موضوع الرأي العام.

ان مثل هذه المحاولة يمكن ان يكون لها مردود مفيد على خلق الرأي العام المضاد للجريمة أو خلق رأي عام جديد يؤدي الى تجنب الجريمة .

ان قضية علاقة السببية المعكوسة بين اتجاهات الأفراد من ناحية وبين الرأي العام من ناحية اخرى لم يتم بحثها بصورة مباشرة في هذه الدراسة، وربما كنا بحاجة الى دراسة اخرى لطبيعة العلاقة السببية التي توجد بين الرأي العام وبين الاتجاهات الفردية بصفة عامة قبل التوصل الى اية نتائج حتمية وواضحة عن هذه القضية .

٣ - ان الحملات الموجهة للتأثير على الرأي العام وعلى الاتجاهات الفردية في اتجاه مقاومة الجريمة يمكن ان تستفيد من استراتيجية تتكون من شقين: فمن ناحية يمكن التركيز على اية جريمة يقوم بها الأفراد كظاهرة مستقلة بدورها، وخلق رأي عام واتجاهات فردية مضادة لهذه الجريمة عن طريق وسائل الاعلام . ومن ناحية اخرى، من الممكن ان تنظر وسائل الاعلام الى الجرائم بأنواعها باعتبارها سلوكا شاذا او استثنائيا من نوع واحد لدى الأفراد الذين ارتكبوها .

وتقوم الاستراتيجية الأولى على حقيقة انه بالنسبة لبعض الجرائم يوجد استعداد واضح للتغيير في الاتجاهات الفردية نحوها عندما يتغير الرأي العام حول نفس الجرائم .

وتقوم الاستراتيجية الثانية على ما توصلت اليه نتائج هذه الدراسة من ان الجرائم الخمس التي تمت دراستها تميل الى التجمع حول ما يسمى بالاستعداد نحو الجريمة أو الميل العام نحو الجريمة ويعني ذلك ان التغيير في الرأي العام أو في الاتجاه

نحو جريمة معينة ينتج عن التغير في الرأي العام أو في الاتجاه نحو الجرائم الأخرى.

ان هذا الموضوع لم يتم التركيز عليه بصورة خاصة في هذه الدراسة وربما كنا نحتاج الى دراسة اخرى يمكن على ضوءها التأكد من طبيعة هذا الميل للجريمة بصورة اكثر وضوحا .

٤ - ان الحملة التي يتم توجيهها ضد الجريمة، يجب ان تراعي الخلفية الشخصية للافراد المستهدفين. فمن بين العديد من السمات الشخصية التي تم التعرض لها في هذه الدراسة وجد ان هناك علاقات دالة بين بعض السمات الشخصية وبين الاتجاهات نحو الجريمة فيما يتعلق بثلاث مهن: العمل، العمر، والنشأة، ومن بين هذه المهن الثلاث، كذلك كانت فئة العمر ٤٠ عاما فأكثر كما كانت الفئة ذات اصل النشأة الريفي اكثر ميلا لهذه الجرائم.

على ضوء نتائج هذه الدراسة يجب على الحملة الموجهة سواء لتغيير الرأي العام أو لتغيير الاتجاهات ان تضع في اعتبارها على الاقل هذه السمات الشخصية الثلاث التي أظهرت الدراسة ان لها اهمية في زيادة الاتجاهات نحو جرائم استخدام المسكرات والسرقه والمضاربة.

ومن الضروري ان نقارن نتائج هذه الدراسة الحالية وتطبيقاتها بالتوصيات التي توصل اليها المؤتمر الأخير للدراسات الأمنية العربية، والذي انعقد في تونس مؤخرا فلقد توصل هذا المؤتمر الى ان الخلفية الشخصية لا تؤدي لأي تأثير على تورط الشخص في أي جريمة.

وتبدو هذه النتيجة متناقضة مع ما توصلت اليه الدراسة الحالية على الأقل فيما يتعلق بالاتجاهات نحو الجرائم الخمس التي تعرضت اليها هذه الدراسة.

ويبدو لنا ان ما توصل اليه هذا المؤتمر بعيد عن الحقيقة، حيث يكون من الواضح ان الأشخاص ذوي الخلفية الشخصية المتباينة

متباينون بنفس الدرجة في نظرتهم نحو الجرائم المختلفة.  
والعلاقات المتبادلة بين الاتجاهات نحو الجريمة بصفة عامة أو بين  
جريمة بعينها من ناحية، وبين الأداء الفعلي لهذه الجريمة من ناحية  
أخرى غير واضحة المعالم، ومن هنا تبدو الحاجة ماسة الى اجراء  
بحوث جديدة تحاول الاجابة على التساؤلات الآتية:  
أولاً: هل توجد أو لا توجد علاقة بين الخلفية الشخصية وبين الجريمة  
سواء بصفة عامة أو بصفة تخص جريمة بعينها؟  
وما هي بالتحديد طبيعة هذه العلاقة، بمعنى آخر ما هي  
متغيرات الخلفية المرتبطة بأي نوع من انواع الجرائم؟  
ثانياً: ماهي طبيعة العلاقة بين الاتجاه نحو الجريمة وبين الارتكاب  
الفعلي للسلوك الاجرامي؟

### ثانياً: قابلية النتائج للتطبيق:

ان السؤال الآن هو كيف يمكن ترجمة ما توصلنا اليه من نتائج  
وتطبيقات الى سياسة اعلامية فعالة في مواجهة الجريمة في العالم  
العربي؟

ويقوم هذا السؤال على مُسَلِّمتين متميزتين ولكنها مترابطتان،  
المسَلِّمة الأولى هي ان الاعلام وسيلة فعالة بطريق او آخر في مواجهة  
الجريمة.

أما المسَلِّمة الثانية فهي ان الاعلام ليس فقط وسيلة فعالة في  
مواجهة الجريمة، ولكنه أيضا واحد من أفضل الوسائل التي يمكن  
استخدامها لهذا الغرض.

وعلى ذلك وقبل ان نجيب على السؤال الخاص بأي نوع من أنواع الاستراتيجية الاعلامية الملائمة نختارها لمواجهة الجريمة في الوطن العربي، فمن المهم ايضا نقطتين هامتين ذات العلاقة بالموضوع:

أولاً: من المهم ان نعرف اي نوع من الاعلام نقصد، وكيف يؤدي هذا النوع عمله.

ثانياً: من المهم ان نعرف الدور الذي يلعبه الاعلام في تغيير الاتجاهات والرأي العام عموماً.

## ١ - الاعلام ماهيته والدور الذي يؤديه:

بقدر ما كتب في موضوع الاعلام نجد تعريفات متباينة لهذا العلم، غير انه يوجد تعريف قديم نوعاً، وما يزال له دلالة الى الآن لموضوع الاعلام هو ما قال به (لاسويل) ويحدد مفهوم (لاسويل) للاعلام على اعتباره:-

مايقول؟

ماذا يقول؟

لمن يقول؟

وعن اي طريق يقول؟

وما تأثير ما يقوله؟

ويحدد هذا المفهوم المصدر والمرسل والمستقبل والرسالة والأداة الاعلامية والتأثير الكائن باعتبارها جميعاً تشكل المكونات ذات الدلالة للموقف الاعلامي.

وقد اضاف الآخرون عدداً من المفاهيم مثل تكوين تلك الرموز والتغذية الراجعة، والوقت، والمكان، والاطار المرجعي المشترك،



والتشويش... الخ، باعتبارها ذات أهمية في موقف الاتصال. ويؤدي بنا استعراض التعريفات العديدة للاعلام الى انه يمكن النظر اليه باعتباره عملية تتكون من عدد من الأفعال المترابطة والتي ينتج عنها اتفاق على عدد من المعاني بين شخصين أو أكثر- وذلك من خلال استخدام اشارات ورموز متفق عليها وتنشأ في ارتباط بالاطار المكاني والزمني وتعمل تحت قيود الظروف والضغط الراهنة. وحتى لو كان هذا التعريف يجمع المكونات الأساسية المختلفة في الموقف الاعلامي فان هذا التعريف لا يعتبر جامعا مانعا، على ذلك فهو يفيد في وضع البناء الأساسي لعملية الاعلام وبيان خطورته بالنسبة للانسان.

وحيثما نستخدم هذا التعريف كمرشد لنا فان عددا من المكونات الهامة في الموقف الاعلامي يمكن عزلها لأغراض البحث والدراسة. ان الكثير من هذه المكونات اما افتراضية أو نموذجية، كما انه ليس من السهل علينا دائما ان نقسمها الى أجزاء لها ملامحها الخاصة في مواقف الحياة الفعلية، وهذه المكونات كمايلي:-

١ - المرسل - المستقبل: المرسل هو الشخص الذي يبدأ الاتصال ويوجه الرسالة الاعلامية نحو هدف، اما المستقبل فهو الشخص الذي توجه اليه هذه الرسالة، غير ان هذا التصور يبدو مبسطا جدا عما نراه في حياتنا اليومية، ففي مواقف الحياة العادية ليس من السهل دائما ان نرسم حدودا واضحة تفصل ما بين المرسل والمستقبل وذلك بسبب التبادل السريع لادوار المرسل - المستقبل، والتي تحدث في سلاسل الاتصالات بينها.

وهكذا ففي مواقف الحياة الواقعية لانجد هذا النوع من الاتصال ذي الاتجاه الواحد القصير الزمن، لكن يأخذ دائما شكل عملية يتم فيها تبادل الأفعال الاتصالية.

وربما يمكن لأحد الباحثين احداث الفصل بين هذه المواقف معمليا بحيث يرسل شخص رسالته عبر قناة معينة الى المستقبل، كما

ان من الممكن ان يكون المرسل فردا أو جماعة أو جهازا صوتيا، ذلك على حسب نوع الاتصال، كذلك من الممكن ان يكون المستقبل شخصا أو جماعة أو جمهورا.

٢ - الرسالة: يحتوي الاتصال على رسائل يتم تبادلها بين المرسل والمستقبل، وتتكون الرسالة من رموز كالكلمات أو الاشارات المميزة كالابتسامة أو حركة اليد، أو رفع الحاجب وهذه الرموز والاشارات لها أهمية في سياق الرسالة التي تتضمنها، اذ يضع المرسل معاني محددة للرموز والاشارات التي يختارها لاستخدامه ويتولى المستقبل قراءة هذا المعنى، ان ذلك هو المشاركة في المعاني بين المرسل، والمستقبل، وهو ما يكمل عملية الاتصال.

٣ - الاطار المرجعي المشترك: من اجل تحقيق مثل هذه المشاركة في المعاني، يجب ان يكون كل من المرسل والمستقبل متفقين على اطار مرجعي واحد وهذا الاطار يعطي للرموز والاشارات المتبادلة نفس المعنى في ذهن كل من طرفي الاتصال واذا اختلفت هذا الاشتراك بين الطرفين فيما يتعلق بمعاني الاشارات والرموز، تبدو عملية الاتصال مستحيلة حيث لا يكون المستقبل قادرا على قراءة أو فهم ما يعنيه المرسل.

٤ - إدارة الاتصال: تحتاج عملية الاتصال الى الأداء المناسبة التي من الممكن عن طريقها نقل الرسائل بين المرسل والمستقبل، واهيانا لا تكون اداة الاتصال اكثر من مجرد الهواء الذي ينقل الرسالة في حالات الاتصال المباشر، وفي أحيان اخرى يكون الاتصال عن طريق الوسائل الالكترونية أو الصحف.

واختيار الاداة يتحدد عن طريق عدد من العوامل مثل المرسل والمستقبل ونوع الرسالة... الخ.

٥ - الاطار الزمني : الاتصال اساسا عملية ديناميكية وليس شيئا جامدا، ولا يمكن تصويره من خلال تسلسل زمني لمراحل يمكن فصلها لتكون هذه الرموز تعني الوقت على الأسلوب التالي : (ت ١ = ت ٢).

أي ان تكون الفترات الزمنية قصيرة فيما بين ت ١ و ت ٢ وهكذا.

ففي موقف الاتصال النموذجي يبعث المرسل برسالة مرمزة في شكل رموز في النقطة الزمنية ت ١ ، ويستقبل المرسل هذه الرسالة في النقطة الزمنية ت ٢ ، وفي كثير من وسائل الاتصال الالكترونية يكون استقبال الرسالة في نفس وقت ارسالها تقريبا.

٦ - بيئة الاتصال : يقوم كل من المرسل والمستقبل بالاتصال في بيئة معينة، هذه البيئة تؤثر بصورة دالة على مجرى ومحتوى وناتج عملية الاتصال، وهذه البيئة تمثل الظروف المحيطة بطرفي الاتصال، وهي بالتالي اما تسهل او تعوق عملية الاتصال.

لذلك فمن الصعب ان نتصور حدوث عملية الاتصال بغير معرفة المحددات البيئية المحيطة بهذا الاتصال.

٧ - التأثير: يؤدي الاتصال دائما الى تأثير، غير ان مدى هذا التأثير وتنوعه يمكن ان يختلف بدرجة واسعة.

ويمكن لآثار الاتصال ان تكون مقصودة أو تلقائية، كما ان من الممكن ان تكون فردية أو اجتماعية، شاملة للفرد كله أو مقصورة على أحد جوانبه المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية وعندما يتحدث العلماء في مجال الاعلام عن صعوبة دراسة طبيعة فاعلية الاتصال فانهم لا يقولون بان هناك انواعا من الاتصال غير ذات فعالية اصلا لكنهم يقولون بدلا من ذلك ان الاتصال يعتبر غير ذي فعالية اذا لم

يؤد الى وقوع الناتج في الاتجاه المطلوب، وهكذا يكون الاتصال في هذا الموقف غامض الفاعلية.

٨ - التغذية الراجعة: ويعني بها الرسالة العائدة من الشخص الذي استقبل الرسالة الأصلية الى مرسلها.

والتغذية الراجعة هي احد المفاهيم في نظرية المعلومات والتي تنتج عن مواقف الاتصال في الحياة المشتركة. وقد اهتمت نظرية المعلومات في البداية بالمعادلات الرياضية، وفي مواقف الاتصال الانساني من الانسب ان ننظر الى الاتصال باعتباره يحتل موقعا بين طرفين متفاعلين هما المرسل والمستقبل في سلسلة من الأفعال المتبادلة غير اداة الاتصال.

٩ - التشويش: وقد استخدم هذا المفهوم ايضا في نظرية المعلومات وكان من استخدامه.

ويشير هذا المفهوم الى تلك الاشارات التي تؤدي الى التشويش على مضمون الرسالة المرسله عبر وسائل الاتصال الحديثة. الا انه بمعنى اكثر اتساعا يشير التشويش الى اي شيء يؤدي الى التأثير على فاعلية الرسالة الموجهة.

وفي مواقف الاتصال الطبيعية من الصعب تصور رسالة لم تتأثر بالتشويش في مرحلة او اخرى من مراحل ارسالها. وهكذا ففي كل عمليات الاتصال نجد ان  $A = R \times T$  وهذا يعني أن الاتصال يأتي كنتيجة للتبادل ليس فقط في الرسالة الموجهة ولكن ايضا في التشويش المصاحب لهذه الرسالة<sup>(١)</sup>.

---

١ - عبدالعزيز آل الشيخ وحسن باشا، دراسة آراء المستمعين والمشاهدين حول البرامج الاذاعية والتلفزيونية بالملكة العربية السعودية كلية الآداب. جامعة الملك سعود ١٩٨٣م. الرياض.

## ٢ - دور وسائل الاتصال في تغيير الرأي العام والاتجاهات :

ثمة قدر كبير من التفكير الذي يحيط بالدور الذي يلعبه الاتصال في تغيير الرأي العام والاتجاهات بين الناس.

وقد تراوحت الآراء في هذا الموضوع ما بين القدرة السريعة المؤكدة للاتصال من جهة، الى عدم قدرة هذا الاتصال نهائيا، مما يجعلنا نستبعده كمتغير ضمن المتغيرات المؤثرة على الطرفين وان كانت وجهة النظر الأخيرة لا تحظى باتفاق كبير بين الدارسين.

وتقليديا فان تأثير الكلمة المقروءة أو المسموعة على البشر قد اعتبر بانه في الغالب كامل وغير مخطىء.

ونتيجة لذلك فان القائمين بالاتصال عن طريق الحديث الشفوي مثل الخطباء والكتّاب والصحفيين كانوا اكثر تعرضا للتجاهل وحتى للتخوف الشديد من جانب اهل القرارات والحكم من الروم في العصر القديم الى الولايات المتحدة في العصر الحديث.

ماذا يجب على بحوث الاتصال عمله حيال هذا الموضوع؟ لقد سارت البحوث على مدى فاعلية الاتصال خلال ثلاث مراحل واضحة التمايز:

الأولى: التأثير واسع النطاق (الجماهيري).

الثانية: التأثير المحدود.

الثالثة: التأثير المركز حول المستقبل.

ولقد كان نموذج التأثير الواسع النطاق (الجماهيري) أول النماذج التي تعرضت لها بحوث الاتصال، وقد اتسع نطاق الاهتمام

به بعد الكتابات المبكرة التي كتبها لاسويل عام (١٩٢٧م)<sup>(١)</sup>.  
وحسب وجهة النظر هذه، يكون الاتصال مثل طلقة الرصاص،  
إذا شئنا التعبير، ويكون المستقبلون جالسين مثل جماعات طيور  
البط، ليس لهم ان يتخذوا موقفا مضادا من المرسل، وعلى ذلك لا  
يكون على كل الاشخاص المرسلين الا ان يتصلوا بالأفراد اي يطلقوا  
رصاص الرسالة مع تصور مسبق ان المستقبل حتما سوف يتأثر بهذه  
الرسائل.

غير ان هذا النموذج سرعان ما فشل في تفسير الحقائق التي نراها  
في عملية الاتصال بالشكل الكافي، فلقد لوحظ من امثلة عديدة ان  
جملتين دعائيتين متشابهتين في الاعداد تنجح احدهما وتفشل الاخرى  
في التأثير على نفس الأفراد المستهدفين، وعلى سبيل المثال فلقد لاحظ  
هايمان وشايتسلي<sup>(٢)</sup> ان الاتصال قد اخفق في احداث تأثير على بعض  
جماعات المجتمع ممن اسموهم بـ (الجماعات التي لا تعلم شيئا  
بصورة مزمنة) هؤلاء الأفراد لم يكونوا يعلمون اي شيء عن موضوع  
الحملة الدعائية قبل بدايتها كما انه كان من الصعب تعليمهم شيئا  
جديدا خلال هذه الحملة الدعائية.

واجري بحث تال حسب نفس هذا الاتجاه التقليدي، حيث  
وجدت مجموعة من الباحثين في جامعة كولومبيا ان تأثير الاتصال  
الذي يأتي من المرسل الى مجموعة معينة من الناس يسمون بقيادة  
الرأي، ومن قادة الرأي الى الآخرين وبهذا ينتقل الاتصال عبر  
مرحلتين، ولقد سميت مجموعة الدراسات التي قامت على اساس ما

---

1- Lasswell, H. (1927). Propaganda Techniques in the World War, London, Paul, Trench and Trubner.

Lasswell, H. (1948) "The Structure and Function of Communication in Society" in L. Bryson, The Communication of Ideas, New York, Harper.

2- Hyman, J. and P. Sheetsley (1974) "Some Reasons Why Information Campaigns Fail", Public Opinion Quarterly.

توصل اليه الباحثون المذكورون بالنموذج المحدود التأثير، وحسب هذا النموذج فان الاتصال لا يعمل بذاته في التأثير على الآخرين، وانه يتم تأثير الاتصال من خلال تأثيرات اخرى  
وقدم كلابر<sup>(1)</sup> رأي اصحاب هذا النموذج بشكل واضح ونهائي فيما يتعلق بدور الاتصال في تغيير الآراء والاتجاهات.  
وقد تعرض هذا الاتجاه لأوجه نقد شديدة من قبل الباحثين الآخرين مثلما حصل للنموذج الرصاصي الذي سبق هذا النموذج.  
وقد وجد كوبر وجاهودا<sup>(2)</sup> ان الدور الذي يلعبه المرسل في عملية الاتصال ليس مطلقا وان المستقبلين لهم دور رئيسي في تحديد تأثير الرسالة المرسلة على الاتجاهات والآراء، حيث انها وجدا ان الأفراد الذين يكون لديهم نوع من التحيز يقاومون الاتصال الدعائي ليس عن طريق تغيير آرائهم المتميزة، ولكن عن طريق تغيير الدلالة التي استهدفتها الحملة الدعائية الى وجهة اخرى.  
وقد دعا ذلك بونر<sup>(3)</sup> الى التوصل الى مفهوم الحضور المتعنت أي القارئ أو المشاهد، أو المستمع الذي لا يتأثر بالدعاية. ويعني هذا المفهوم ان المستمع لا يصل الى الهدف الذي يسعى المرسل الى ايصاله اليه بل انه يتحرك بتأثير الحملة الدعائية نحو شيء في ذهنه هو.  
وقد قام جرينولد في دراسة حديثة<sup>(4)</sup> بإيضاح ان الاستجابات

- 1- Klapper, J. (1960) *The Effects of Mass Communications*: Urbana University of Illinois Press. New York: Free Press.
- 2- Cooper, E. and M. Jahoda (1947). "The Evasion of Propaganda: How Prejudice People Respond to Anti-prejudice Propaganda" *Journal of Psychology*, 23.
- 3- Bauner, R. (1964) "The Obstinate Audience: The Influence Process from the Point of View of Social Communication." *American Psychologist*, 19.
- 4- Greenwald, A. (1968). "Cognitive Learning, Cognitive Response to Perversion, and Attitude Change," in A. Greenwald, T. Brock and T. Ostrom (eds.), *Psychological Foundations of Attitudes*, New York, Academic Press.

المعرفية التي تتكون لدى الشخص خلال تعرضه لمواقف الاتصال الهادفة لتغيير آرائه أو اتجاهاته تلعب دورا هاما ما في تحديد فاعلية الرسالة الموجهة اليه .

واقترح زمباردو ان من الممكن اضعاف مقاومة الشخص للاغراءات الموجهة اليه عن طريق التشويش على النشاط المعرفي الذي يقوم به الشخص اثناء تعرضه للحملة الدعائية .  
ولقد لاحظ روبرت وماكوبي ان المقاومة المضادة من جانب الشخص المستهدف يمكن ان تلعب دورا في تقليل اهمية الرسالة الدعائية .

ومما سبق يتضح انه ليس الوسط ولا الرسالة هما الأساس في تغيير اتجاهات الفرد وآرائه، ولكن الشخص المستقبل نفسه هو الأساس في تغيير اتجاهاته الى حد كبير ، كما يراه لانج ولا نج .<sup>(١)</sup>  
ولقد حظي الاتجاه المركز حول الشخص المستقبل اهتماما متزايدا من جانب الباحثين في هذا المجال فكل من النظرية والبحوث في هذا المجال قد حققا تقدما كبيرا منذ بداية السبعينات .  
وهذه المجموعة من البحوث تعرف ببحوث الاستخدامات والاشباع<sup>(٢)</sup> كما تعرف في تسمية اكثر حداثة ببحوث بواعث واستعمال وسائل الاتصال، وذلك حسب التمييز الذي اقترحه باججرين وريبرن<sup>(٣)</sup> بين الاشباع الذي يريد ان يحصل عليه الشخص من وسائل الاعلام وبين الاشباع الذي تم الحصول عليه منهم فعلا .

---

1- Lang, K. and Lang (1960) "The Unique Perspective of Television and Its Effect: A Pilot Study" in W Schramm (ed) Mass Communication Urbana: University of Illinois Press.

2- Blumber, J. and E. Katz (eds.), 1974. The Uses of Mass Cmmunications: Current Perspectives on Gratifications Research, Beverly Hills: Sage.

3- Palmgreen, P and J. Rayburn (1979) "Uses and Gratifications and Exposure to Public Television" Communication Research, 6.



وحسب هذا النموذج فان تأثير الاتصال على الآراء والاتجاهات يعتمد على البواعث التي توجد لدى الشخص عند تعرضه للرسائل الاعلامية .

في عبارة أخرى فحسب هذا النموذج يكون الانسان هو الرسالة وليس الوسيلة في الرسالة كما قال بن مكلوهان في عبارته الشهيرة، اي الانسان المستهدف هو الذي يحدد طبيعة ومدى فاعلية تأثير الرسالة في عملية الاتصال).

وعلى درجة الاجمال فان السؤال عن مدى تأثير الاعلام على رأي الناس واتجاهاتهم يركز على علاقة هذا التأثير بالخلفية التي لدى الناس عن الموضوع وعلى مدى دافعية هؤلاء الناس نحو التغير، وقد وجد باشا<sup>(١)</sup> ان الآثار المعرفية لعملية الاتصال ترتبط بالتكوين الدافعي الموجود لدى متلقي الاتصال.

وقد مالت البحوث المبكرة في هذا المجال الى تأييد وجهة النظر هذه مثل البحوث التي قام باجرائها باججرين<sup>(٢)</sup> .

---

1- Pasha, S. (1983) "Audience Orientations and Mass Media Effects", College of Arts Journal, King Saud University, Riyadh.

2- Palmgreen, P. (1979) "Mass Media and Political Knowledge", Journalism Monographs, 16.

## ثالثاً : أسس الخطة الاعلامية :

للعالم العربي على امتداده من الخليج الى المحيط خصائص مشتركة، اذ يربطه التاريخ المشترك والمبادئ الواحدة والديانة الواحدة، وكذلك الآمال المشتركة.

وبرغم الفوارق الظاهرة في اللون واللهجة فان العرب يتحركون ويتصرفون حسب قيم مشتركة وتقاليد تلعب دورا رئيسيا في حياتهم. واحترام القانون هو من أهم هذه القيم الرئيسية في حياة العرب،

ويدخل في هذه القيم البعد عموما عن الجريمة، ويجب على اية استراتيجية اعلامية مخططة للتأثير على الرأي العام والاتجاهات في الاتجاه المضاد للجريمة ان تأخذ في اعتبارها هذه القيم السائدة بين الشعب العربي، ويجب على مثل هذه الاستراتيجية ان تحدد لنفسها اهدافا تتجه الى تحقيقها، فمن ناحية، يجب ان تخلق مناخا لرأي عام مضاد للجريمة ومن ناحية اخرى يجب ان تسعى للتأثير في الاتجاهات الفردية وتوجيهها ضد الجريمة.

ومناخ الرأي العام يجب ان يكون له الخصائص التالية :

١ - يجب عموما ان يكون الرأي العام ضد الجريمة ومؤيدا للقانون والنظام.

٢ - ان الجريمة يجب النظر اليها باعتبارها غير مجدية بل على النقيض من ذلك يجب النظر الى السلوك القانوني والاعتقاد في انه الكفيل بتحقيق ما يصبو اليه البشر.

٣ - يجب النظر الى المجرمين باعتبارهم اشخاصا فاشلين منبوذين في حين يجب النظر الى من يحترمون القانون باعتبارهم نبلاء وناجحين ومثاليين.

٤ - يجب النظر الى المؤسسات .نشريعة والمؤسسات القائمة على تنفيذ القانون باعتبارها مخلصه، دقيقة، رحيمة، حازمة، وعادلة في نفس الوقت.

٥ - لا يجب على الرأي العام ان ينظر للجريمة باعتبارها سيئة في ذاتها، بل يجب ايضا ان ينظر للجريمة باعتبارها تؤدي الى نتائج سيئة على الشخص وأسرتة بل والمجتمع كله.

٦ - يجب ان يعتبر الرأي العام كل من يساعد على الجريمة أو يدافع عنها شخصا خاطئا.

٧ - يجب على الرأي العام ان يعتبر ان الواجب على كل مواطن عدم تشجيع الجريمة وان من واجبه ان يساند المؤسسات القائمة على تنفيذ القانون في منع الجريمة.

٨ - يجب ان يتشكل الرأي العام ضد انواع معينة من الجرائم مثل السرقة والرشوة والمسكرات... الخ.

ويجب ان تكون الاتجاهات الفردية عموما مؤيدة لإطاعة القانون وضد الجريمة، ويجب ان يكون للأفراد رغبة في اتباع الطرق المشروعة لتحقيق حاجاتهم.

ويجب على المواطنين الاعتقاد في ان الطرق القانونية كافية ومسئولة عن تحقيق حاجاتهم كما يجب الا يعتقدوا في خطأ السلوك الاجرامي فقط، بل يجب ان يعتقدوا ايضا ان الجريمة لا تفيد.

ويجب ان يكون لدى الأفراد اتجاهات الاحترام والتعاون نحو المؤسسات المسئولة عن تنفيذ القانون والنظام.

ان الاستراتيجية الاعلامية المفترضة يجب ان تكون مؤسسة على العناصر الأساسية الآتية:

أولاً: يجب عليها استخدام مجموعتين من قنوات الاتصال في التأثير على الرأي العام والاتجاهات الفردية وهما: وسائل الاعلام ووسائل الاتصال الشخصي، وتشمل وسائل الاعلام: (الصحف والمجلات

والكتب ورسوم الأطفال والراديو والتلفزيون).  
كما تشمل وسائل الاتصال الشخصية جميع انواع الاتصال وجها  
لوجه مثل المحادثات المباشرة والتليفونية بين الأصدقاء والأقارب  
والخطب والمناقشات.

كذلك يجب ان تغطي الخطة الاعلامية مواقع الفصل الدراسي  
واماكن العمل والعبادة.

ثانيا: من الخطأ ان نعتمد على الاتصال وحده كوسيلة للتأثير في الرأي  
العام والاتجاهات، فهناك تغييرات بنائية مثل اصلاح مؤسسات تنفيذ  
القانون ومواجهة الجمود البيروقراطي كما ان ايجاد الجو الملائم  
لاحترام الانسان يجب ان يصاحب أية حملة دعائية ضد الجريمة.

ثالثا: يجب ان يصاحب الحملة الدعائية المنتظرة دراسات تقويمية لمدى  
فاعلية العناصر المتضمنة في هذه الحملة. ويمكن لهذه الدراسات ان  
تقوم بتقويم ليس فقط الاحتياجات الاتصالية للمجتمع من اجل  
حمايته من الجرائم، ولكن ايضا بتقويم لفاعلية عملية الاتصال  
والدعاية.

وهناك بعض الأمثلة على مثل هذه الدراسات مثل:

- ١ - دراسة لتقويم الوسائل الدعائية المستخدمة لمواجهة الجريمة في  
الدول العربية.
- ٢ - دور وسائل الاعلام في خلق جو للرأي العام المضاد للجريمة.
- ٣ - مدى فاعلية هذه الاساليب في مواجهة الجريمة.
- ٤ - العلاقة بين التعرض لمضامين العنف في وسائل الاعلام وبين  
الجريمة.
- ٥ - العلاقة بين التغطية الاعلامية للجريمة وبين حدوث الجريمة فعلا.

وفيا يلي بعض الاقتراحات العملية لاستخدام وسائل الاتصال في مواجهة الجريمة في العالم العربي بصفة عامة يجب:

- ١ - تجنب عرض الأفلام أو البرامج التي تحسن من صورة الجريمة في أعين المستمعين والمشاهدين وخصوصا الأطفال والمراهقين سواء كان ذلك بطريق مباشر أو غير مباشر.
- ٢ - التقليل من الأفلام والبرامج التي تذيع أو تعرض وسائل العنف بشكل واضح . . مما يدعو الى الترغيب والتقليد لتلك الوسائل .
- ٣ - استخدام التمثيليات الاجتماعية أو الانسانية جسرا لتوجيه الرأي العام وتبصيره بأن الجريمة لا تفيد .
- ٤ - استخدام برامج الاسرة وبرامج الأطفال .
- ٥ - استخدام البرامج التوجيهية التي تلاقي اقبالا كبيرا من المستمعين أو المشاهدين (كبرنامج نور وهداية للشيخ الطنطاوي في اعلام المملكة العربية السعودية، وبرنامج الشيخ الشعراوي وبرنامج العلم والايمان للدكتور مصطفى محمود) ومحاولة ترويجها ونشرها في جميع الأقطار العربية .
- ٦ - مقابلات مع رجال الشرطة ومع المجرمين وعرض نماذج من الجرائم التي ارتكبت ودوافع الجريمة والنتائج التي ترتبت عنها مثل برنامج (من وراء القضبان) وتعميم ذلك على الاجهزة المرئية والمسموعة في البلاد العربية .
- ٧ - اعداد برنامج وقائي للشرطة ورجالها عن كيفية تفادي الوقوع في فخاخ المجرمين، وكذلك للجمهور المشاهد عن كيفية محافظتهم على ممتلكاتهم وحماية منازلهم وأهلهم من عمليات السطو أو الاعتداءات .
- ٨ - توصية المسؤولين عن التلفزيون في البلاد العربية بتجنب الأفلام والبرامج التي يرتدي فيها النساء الملابس الخليعة أو المثيرة

وكذلك الموضوعات التي تتضمن الانحلال الخلقي وذلك حتى لا تكون حافزا للجرائم الأخلاقية .

وفي مجال الصحافة يمكن ان تقوم حملة اعلامية على نطاق البلاد العربية باعداد المواد الصحفية التالية :

١ - استكتاب عدد من الكتاب المعروفين بين آن وآخر على ما ينشر من جرائم تحدث في العالم العربي أو في بلدان اخرى خارج العالم العربي بحيث يتم التركيز في التعليق على الجرائم الخمس التي قام عليها هذا البحث على ان يتضمن التعليق ما ينفر من الجريمة والمجرمين .

٢ - الابعاز الى الصحف العربية عن طريق وزارات الاعلام أو النقابات الصحفية - بعدم نشر اخبار الجرائم بأسلوب المبالغة أو التهويل بحيث يظهر من خلاله المجرمون ابطالا، الأمر الذي يستهوي من لديه ميل للانحراف .

٣ - تجنب الدخول في نشر تفاصيل الجريمة وصياغة الخبر على نحو مثير يجذب البعض ممن تكون درجة الميول الاجرامية لديهم مرتفعة فيجد ذلك هوى في نفوسهم مما يدفعهم الى التفكير في ان يخوضوا تجربة مماثلة لما قرأوه .

٤ - نشر الأنظمة والقوانين المتعلقة بالجرائم ، وانواعها وعقوباتها من خلال حملات صحفية يعدها رجال الشرطة وعلماء الجريمة والعلوم المتصلة بها .

٥ - الاعلان عبر الصحف عن احدث الوسائل التي تم اكتشافها في عالم مكافحة الجريمة والتي توفرت لدى الجهات المسئولة عن الأمن ومكافحة الجرائم كوسائل كشف الجريمة، وأجهزة كشف الكذب، وطرق حماية الحدود . . وذلك ليكون هذا الاعلان بمثابة ناقوس يدق لئيبه من تسول له نفسه في ارتكاب جريمة ما ان هناك عيوننا ساهرة وأنه ما أسرع وما أسهل ان يكتشف المجرم ويقبض عليه .

٦ - نشر سلسلة من القصص البوليسية وقضايا المجرمين والتي كشف من خلالها رجال الشرطة المجرمين وتم القبض عليهم وذلك لاثبات ان رجال الشرطة والأمن اكثر ذكاء من المجرمين مهما تفننوا في اخفاء معالم جرائمهم .

٧ - استخدام اسلوب الايحاء من خلال نشر اخبار الجرائم التي قبض على مرتكبيها، بأن هناك تعاوناً في مجال الجريمة بين البلدان العربية، وهذا ربما كان رادعاً غير مباشر لمن لديهم ميول إجرامية، وخاصة مهربي الخمر والمخدرات .

٨ - عدد من المقالات أو التحقيقات الصحفية التي يعدها المختصون في وزارات الداخلية تتناول العلاقة بين وسائل الاعلام والشرطة توضح ان الانطباع الخاطيء في ان هناك اختلافاً في وجهات النظر بين كل من رجال الصحافة ورجال الشرطة والمتضمن ان الصحفيين رجال متطفلون وانهم يميلون الى اسلوب التهويل والمبالغة والاثارة في معالجة اخبار الجريمة من جهة، وان رجال الشرطة يقفون حجر عثرة دون تحرك الصحفي ومحاولة عزله عن احداث الجريمة وتطورها والسعي لتقييد حرية الصحافة وجمع المعلومات من جهة أخرى هذه العلاقة السلبية بين الجهتين قد أخذت في الذوبان وان مهتمتي الصحفي ورجل الشرطة تكمل احدهما الأخرى ولا مناص عن استغناء اي منهما .

٩ - اعداد كتب للأطفال حول الموضوع .

١٠ - اعداد ونشر الكاركاتيرات للأطفال حول الموضوع .

# المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- ١ - دراسة آراء المستمعين والمشاهدين حول البرامج الاذاعية والتلفزيونية بالمملكة العربية السعودية. عبدالعزيز آل الشيخ وحسن باشا. كلية الآداب. جامعة الملك سعود: الرياض. ١٩٨٣م.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Bauner, R. (1964) "The Obstinate Audience: The Influence Process from the Point of View of Social Communication." American Psychologist, 19.
- 2- Blumber, J. and E. Katz (eds.), 1974. The Uses of Mass Cmmunications: Current Perspectives on Gratifications Research, Beverly Hills: Sage.
- 3- Cooper, E. and M. Jahoda (1947). "The Evasion of Propaganda: How Prejudice People Respond to Anti-prejudice Propaganda" Journal of Psychology, 23.
- 4- Greenwald, A. (1968). "Cognitive Learning, Cognitive Response to Perversion, and Attitude Change," in A. Greenwald, T Brock and T Ostrom (eds.), Psychological Foundations of Attitudes, New York, Academic Press.
- 5- Hyman, J. and P Sheetsley (1974) "Some Reasons Why Information Campaigns Fail", Public Opinion Quarterly.
- 6- Klapper, J. (1960) The Effects of Mass Communications: Urbana University of Illinois Press. New York: Free Press.
- 7- Lang, K. and Lang (1960) "The Unique Perspective of Television and Its Effect: A Pilot Study" in W. Schramm (ed.) Mass Communication Urbana: University of Illinois Press.



- 8- Lasswell, H. (1927). Propaganda Techniques in the World War, London, Paul, Trench and Trubner.
- 9- Lasswell, H. (1948) "The Structure and Function of Communication in Society" in L. Bryson, The Communication of Ideas, New York, Harper.
- 10- Palmgreen, P. (1979) "Mass Media and Political Knowledge", Journalism Monographs, 16.
- 11- Palmgreen, P and J. Rayburn (1979) "Uses and Gratifications and Exposure to Public Television" Communication Research, 6.
- 12- Pasha, S. (1983) "Audience Orientations and Mass Media Effects", College of Arts Journal, King Saud University, Riyadh.